

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 379.85

Бунтова Н.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
професор кафедри менеджменту та інноваційних
технологій соціокультурної діяльності,
Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова

Buntova Natalia,
Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,
Professor of the Department of Management and Innovative
Technologies of Socio-Cultural Activity,
National Pedagogical Dragomanov University

СЕГМЕНТАЦІЯ СВІТОВОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОСТОРУ ТА ІМПЕРАТИВИ РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

Бунтова Н.В. Сегментація світового туристичного простору та імперативи розвитку потенціалу України. У статті представлено міжнародний туризм як потужний складник економічного розвитку більшості країн світу. Сегментація світового простору за рівнем розвитку туристичної галузі дала змогу визначити головні тренди на глобальному туристичному ринку та ключові напрями розвитку на перспективу. Особливу увагу приділено характеристиці туристичного потенціалу України, який формують такі складники, як географічне положення, сприятливий клімат, величезний природно-ресурсний потенціал. Визначено стримуючі чинники повноцінного використання ресурсного потенціалу туристичної галузі країни. Для вирішення проблем розвитку міжнародного туризму та ефективного використання ресурсного потенціалу регіонів запропоновано інструменти інформаційно-маркетингової промоції туристичного потенціалу регіонів та України у цілому.

Ключові слова: світовий туристичний простір, туристична галузь, міжнародний туризм, розвиток, туристичний потенціал, державне регулювання.

Бунтова Н.В. Сегментация мирового туристического пространства и императивы развития потенциала Украины. В статье представлен международный туризм как мощную составляющую экономического развития большинства стран мира. Сегментация мирового пространства по уровню развития туристической отрасли позволила определить главные тренды на глобальном туристическом рынке и ключевые направления развития на перспективу. Особое внимание уделено характеристике туристического потенциала Украины, который формируют такие составляющие, как географическое положение, благоприятный климат, огромный природно-ресурсный потенциал. Определены сдерживающие факторы полноценного использования ресурсного потенциала туристической отрасли страны. Для решения проблем развития международного туризма и эффективного использования ресурсного потенциала регионов предложены инструменты информационно-маркетингового продвижения туристического потенциала регионов и Украины в целом.

Ключевые слова: мировое туристическое пространство, туристическая отрасль, международный туризм, развитие, туристический потенциал, государственное регулирование.

Buntova Natalia. Segmentation of the world's tourist space and to improve the potential development of Ukraine. The article presents international tourism as a powerful component of economic development in most countries around the world. The segmentation of the world's space by the level of development of the tourism industry has allowed to identify the main trends in the global tourism market and key areas for development in the future. The author notes the presence of trends in tourism development for different countries, with both positive and negative ones. Particular attention was paid to the characteristics of the tourist potential of Ukraine, which forms such components as geographical location, favorable climate, enormous natural and resource potential. Restrictive factors of the full use of Ukrainian tourism potential are: low level of service; low level of communication in tourism infrastructure; technological backwardness of the industry; absence of an integrated system of state tourism management in regions; practically there are no innovative projects and scientific researches on the development of international tourism; poorly formed tourist image of the country on the international and European tourist markets;

low investment volume; unstable economic situation in the country. It was found that Ukraine more than 20 years of existence as an independent state has not yet formed a clear policy of informing the international community about its achievements, historical heritage, cultural diversity, implementing social reform, promising projects. Because of this, ordinary citizens abroad idea of Ukraine is formed mainly due to their own estimates of government officials and international organizations, market publications in foreign media that are mostly negative as dedicated resonant or scandalous events. The main obstacles that need to be overcome in the near future in order to become an active participant in the international tourism business market are identified. To solve problems of tourism industry development and effective use of resource potential of regions, tools of information and marketing promotion of tourist potential of regions and Ukraine as a whole are offered.

Key words: world tourist space, travel industry, international tourism, development, tourist potential, state regulation.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. На початку XXI ст. міжнародний туризм став потужним складником економічного розвитку та чинником формування іміджу багатьох країн світу. Україна визнала туризм як пріоритетну галузь економіки. Поряд із цими процесами наша країна рухається в напрямі євроінтеграції. Розвиток взаємовідносин України з країнами ЄС та використання їхнього досвіду у вирішенні проблем, які притаманні туристичному сектору й нашої держави, має велике значення для міжнародної політики у сфері туризму, міжнародного ринку туристичних послуг тощо.

Аналіз досвіду зарубіжних країн, розкриття механізмів підвищення ефективності функціонування в них туризму, спрямованого на створення й закріплення позитивного туристичного іміджу, визначили актуальність вибраного напрямку дослідження.

Огляд (аналіз) останніх досліджень і публікацій з цієї проблеми, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Вивченню питання регулювання туристичної галузі приділяється багато уваги у працях як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Окремі аспекти закордонного досвіду реалізації туристичної політики знаходимо у працях А. Александрової, Л. Гайдукевич, Л. Кнодель, О. Краєвської, Ю. Мігущенко, Г. Папірян, С. Руденко, Д. Соловйова, І. Цацуліної.

Проблемам використання маркетингу у сфері туризму присвятили свої праці такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як А. Дурович, Ю. Забалдіна, Д. Ісмаєв, Ф. Котлер, П. Ланкар, Т. Сокол, В. Фрайер, Л. Шульгіна та ін. Проте більшість із них приділяє увагу діяльності підприємств на мікрорівні, а макрорівень розглядається виключно як сфера діяльності держави у напрямі регулювання діяльності суб'єктів підприємництва. Більш детального аналізу вимагають такі аспекти, як шляхи оптимізації використання туристичного потенціалу України в тих складних економічних умовах, в яких зараз перебуває країна, а також проведення дієвих реформ у туристичній галузі України.

Формулювання завдання дослідження. Стаття має на меті проаналізувати основні тренди розвитку міжнародного туризму у світовому просторі та визначити імперативи найбільш ефективного використання туристичного потенціалу України на перспективу.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Міжнародний туризм – це багатогранне явище, що поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти і тісно поєднується з багатьма галу-

зями економіки. За даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей (The World Travel & Tourism Council (WTTC)), кожний долар, витрачений на подорожі та туризм, генерує більше трьох доларів економічного доходу [1].

Незважаючи на періодичні світові потрясіння, туризм показує практично безперервне зростання. Один із головних трендів на глобальному туристичному ринку в 2017 р. – найрізкіший зліт усіх показників за сім років (із 2010 р.). Світовий туризм зафіксував 1,323 млн. подорожуючих (зростання на 7% до 2016 р.), і сумарний дохід галузі становив 1,34 трлн. дол. США. За статистикою одна із семи осіб у світі може дозволити собі подорожувати.

Єгипет став лідером зі зростання в Близькосхідному регіоні як в абсолютних, так і в порівняльних показниках. Маркетингові зусилля місцевої туристичної влади принесли свої плоди: напрямок фіксує різке зростання подорожуючих із Західної Європи, а також із ринків, що розвиваються: Центральної та Східної Європи, країн Азії, а також із сусідніх країн Близького Сходу.

З усіх туристичних регіонів світу країни європейського Середземномор'я показують найбільш вражаючий ріст за кількістю подорожуючих. Італія і Іспанія записали на свій рахунок по 6 млн. візитів додатково до цифр 2016 р. Греція поки відстає – 27 млн. відвідувань та невпевнене зростання в 5%. Беззаперечний лідер – Франція – 87 млн. подорожуючих.

Грузія – абсолютний чемпіон пострадянського простору зі зростання відвідувачів країни: майже 3,5 млн. візитів і додатково 28% приросту до цифр 2016 р. Однак сусіди теж не відстають: 1,5 млн. відвідувань у Вірменії (+18,7% приросту до показників 2016 р.) і ще більше – 2,45 млн. туристів – у Азербайджану (зростання 20%). При цьому на туристах Азербайджану примушували заробити більше, ніж Грузія, – 3 млрд. дол. США.

Основні європейські туристичні напрямки у 2018 р. також продовжили своє зростання, причому цифри зростання на деяких напрямках дворазові – такі дані містить доповідь Європейської туристичної комісії «Європейський туризм – тенденції та перспективи 2018 року» [2]. У цілому по Європі спостерігалось 7% зростання чисельності міжнародних туристів, що зумовлене передусім їх збільшенням на південних і середземноморських напрямках.

Зростання туристичної активності показали 32 з 34 європейських напрямків. Причому чотири перших країни досягли дворазових темпів збільшення. У першу чергу це Туреччина – зростання туристичного потоку до країни становило приріст у 23%. Причину цього явища експерти Європейської туристичної комісії бачать у практичній ліквідації проблеми безпеки

за цим напрямком, а також у падінні курсу турецької ліри, що зробило країну доступною і привабливою для туристів. До речі, повернення туристів до Туреччини і знаходження за рамками огляду Тунісу сприяли падінню одного з винятків цього літа – Іспанії, куди туристичний потік показав зниження попиту на 0,1%.

Також дворазовий приріст показала Греція із цифрою в 19% переважно завдяки незмінній сезонній привабливості. Далі йде Мальта – приріст 16%, однією з основних причин збільшення туристичного попиту було те, що її столиця була призначена культурною столицею Європи у 2018 р. Приріст туристів до Сербії в розмірі 15% Європейська Комісія пояснює запровадженням безвізової політики для китайських мандрівників, а також значне поліпшення ситуації з авіаперевезенням у цій країні.

При цьому туристичний потік до Європи багато в чому генерують зовнішні ринки. Наприклад, Ісландія, яка показала зростання в 6%, набрала його за рахунок збільшення туристів зі США та Росії, що компенсувало зниження попиту з боку європейців. Окрім того, активно подорожують Європою туристи зі США: практично всі європейські країни засвідчили зростання туристичного потоку із цієї країни. Значну роль відіграє й Китай, передусім у країнах Південної Європи і на Балканах. Зокрема, запровадження святкування туристичного року Туреччини в Китаї призвело до зростання китайських туристів у цю країну на 87%. А завдяки відкриттю авіарейсів із Китаю до Сербії, Чорногорії та Хорватії зростає кількість китайських туристів до цих країн відповідно на 104%, 64% та 41%.

У 2018 р. європейці активно відвідували й Росію. Незважаючи на всі політичні тертя, порівняно з аналогічним періодом 2017 р. туристичний потік до Росії з країн ЄС зріс на 58 тис подорожуючих. Україну стали більше відвідувати туристи із Західної Європи, США, Китаю, а надходження туристичного збору зросли на 29,2%.

WTTC прогнозує високі темпи зростання туристичної галузі, незважаючи на об'єктивні труднощі: глобальні економічні зміни в усьому світі, тероризм, політичні хвилювання [3]. Згідно з регіональним прогнозом, до 2020 р.:

- туристична галузь Південної Азії буде зростати на рівні 5,9%, що зумовлено перш за все сильними економічними перспективами Індії;
- темпи зростання туризму в Латинській Америці будуть гіршими серед усіх країн світу. Очікується зниження на 0,9%, переважно через Бразилію, незважаючи на Олімпіаду в Ріо;
- Північно-Східна та Південно-Східна Азія, як очікується, покажуть стабільне зростання на рівні 4,7% і 4% відповідно. У Китаї зростання буде ще істотніше – у межах 6,3%;
- Європа недоотримує туристів, але галузь, як і раніше, продовжить зростати на 2,2% [4].

Інша глобальна тенденція, що визначена експертами міжнародного туристичного ринку, – персоналізація послуг, що надаються. Настане час ексклюзивних пропозицій. Увесь набір послуг – від часу вильоту до меню – буде організований з урахуванням особистих потреб та переваг. Допоможуть у цьому цифрові посвідчення з біометричними даними кожного туриста, маршрутом поїздки, візовим статусом та іншою інформацією [5].

Згідно з довгостроковим прогнозом ЮНВТО, міжнародні туристичні прибуття в усьому світі будуть

збільшуватися в середньому на 3,3% на рік і до 2030 р. досягнуть \$1,8 млрд. Очікується, що число туристів, які відвідують країни, що розвиваються, буде збільшуватися приблизно на 4,4% на рік. Це в два рази більше кількості тих туристів, які відвідують країни з розвинутою економікою (+2,2% на рік). До 2030 р. очікується понад 1 млрд. міжнародних подорожей саме у ці країни [6], що становитиме вже 57%.

Очікується, що в 2025 р. понад 280 млн. подружжів будуть брати участь у міжнародному туризмі. Сьогодні чотири з п'яти туристичних мандрівок припадають на сімейні подорожі, тому, як уважають експерти, до 2025 р. майже половина всіх сімей у світі буде належати до класу подорожуючих туристів. Згідно з розрахунками, на кожну третю подорожуючу родину припадатиме щонайменше одна міжнародна поїздка на рік.

За прогнозами експертів туристичного ринку, технологічні досягнення і глобалізація вже скорочують відстані. Будівництво понад 340 аеропортів, які заплановано в найближче десятиліття, створить нові маршрути і напрямки, які зроблять міжнародні поїздки простіше і зручніше. Водночас швидко зростає доступність різних туристичних послуг (транспорту, готелів, пунктів призначення і тому подібне) в мережі Інтернет та через мобільні пристрої. Цифровий вихід сприяє не тільки забезпеченню більшої спонтанності подорожей, але й більш ширшому спектру персоналізованих подорожей та туристичних напрямків.

Спираючись на результати дослідження Tourism 2020 Vision, експерти ВТО визначили п'ять перспективних туристичних напрямів XXI ст. [7]:

1) Пригодницький туризм. Географія і тематика пригодницьких турів сьогодні досить широка та різноманітна, нові туристичні потреби вимагають розроблення відповідного туристичного продукту.

2) Круїзи – один із найбільш швидко зростаючих секторів ринку. Зростає круїзний флот, удосконалюються конструкції пасажирських суден, зростає їхня комфортабельність, розробляються нові маршрути. На середньостатистичному лайнері можна знайти бібліотеку, кінотеатр, величезні банкетні зали, ресторани на будь-який смак, тренажерні зали, стіну для скелелазіння і навіть центральний парк зі справжніми деревами.

3) Екологічний туризм. Цей напрям включає у себе як тематичні пізнавальні тури для любителів екотуризму, так і тури для відпочиваючих на курортах із відвідуванням національних заповідників.

4) Культурно-пізнавальний туризм. Найбільші потоки туристів, які подорожують із пізнавальною метою, сьогодні спрямовані в Європу, Азію і Близький Схід.

5) Тематичний туризм. Однією з найбільших переваг тематичного туризму є можливість його функціонування протягом усього року, а не сезонно, як це має місце в традиційному туризмі.

Україна як європейська держава має всі передумови для належного розвитку економіки за рахунок туризму. Починаючи з 2016 р. завдяки вибраному курсу на європейську інтеграцію та докорінне реформування економіки Україна демонструє економічне зростання.

У цілому підсумки розвитку економіки України у 2018 р. свідчать про продовження якісних змін та створення умов для забезпечення конкурентоспроможності економіки як основи стійкого економічного зростання та підвищення стандартів й якості життя

населення. Проте не всіх змін і не всіх індикаторів удалося досягти за цей період, особливо в туристичній галузі. Так, за багатьма параметрами, зокрема за кількістю обслугованих туристів, у 2018 р. галузі не вдалося вийти хоча б на показники докризового періоду (до 2013 р.). Більше того, існує стійка тенденція до скорочення кількості внутрішніх туристів та збільшення обсягів виїзного туризму (рис. 1). Саме завдяки значній кількості виїзних туристів довгострокова динаміка загального обсягу туристів має слабку та нестабільну, але позитивну тенденцію. Разом із так само низькими показниками середнього щорічного приросту кількості екскурсантів це свідчить про відсутність стійких тенденцій розвитку туристично-рекреаційного комплексу, а також про те, що Україна як місце туризму і рекреації стає все менш привабливою не лише для іноземних, а й для власних громадян. Одним із наслідків цього є низькі показники зайнятості в туризмі та санаторно-курортному лікуванні – 22 тис та 102 тис осіб відповідно, що сукупно є менше 1% зайнятих у вітчизняній економіці (для порівняння: показник зайнятості у світовій туристичній індустрії становить 8%) [8].

За 2015-2018 рр. кількість іноземців, що відвідали Україну, хоча й не мала тенденції до їх зменшення, проте їх щорічний обсяг залишається майже в 2,5 рази менший за середньорічний показник 2007-2013 рр. На погіршення показників в'їзного туризму істотно впливають складна військово-політична ситуація в країні, негативні меседжі у світі про рівень безпеки в Україні, формування досить несприятливого туристичного іміджу (відсутність розвиненої інфраструктури, належного рівня сервісу зупиняють туристів від повторних відвідувань країни), відсутність ефективної маркетингової діяльності з просування туристичного бренду країни.

Прикордонні країни традиційно є лідерами за кількістю відвідування України: Молдова, Білорусь, Росія, Польща, Угорщина, Румунія, Словаччина (табл. 1). У загальному обсязі за останній рік відвідування України громадянами прикордонних країн зменшилося, тоді як неприкордонних зросло: Великобританії – на 47,3%, Китаю – на 38,8%, Литви – на 23,4%, Ізраїлю – на 21,7%, США – на 19,7%, Чехії – на 16,0%, Італії – на 15,4%, Німеччини – на 13,3%, Франції – на 9,2%, Болгарії – на 7,9%.

Водночас потрібно відзначити позитивний тренд у розвитку туристичної галузі країни у 2018 р.: зрос-

тання надходжень туристичного збору та надходжень до державного бюджету податкових платежів від суб'єктів туристичної діяльності на 20,7% (до 4,2 млрд. грн) засвідчує зростання обсягів внутрішніх туристичних потоків. За даними національних мобільних операторів (ПрАТ «Київстар», ПрАТ «ВФ Україна», ТОВ «Лайфселл»), за 2018 р. зафіксовано 162,2 переміщень Україною абонентів мобільного зв'язку, з них 139,8 млн. – українських і 22,3 млн. – іноземних [9].

Так, до ТОП областей для відвідування іноземними туристами входять Закарпатська, Одеська та Харківська (набуває ролі центру ділового туризму) області, а українці поряд із безсумнівними лідерами – Київською та Львівською областями – віддають перевагу Полтавській, Черкаській та Дніпропетровській областям.

Безперечно, вітчизняна туристична галузь є невід'ємним складником світового туристичного процесу. Попри всі політичні та соціально-економічні негаразди останніх років, індустрія туризму стала тією галуззю народного господарства України, яка з року в рік без залучення державних дотацій стабільно нарощує обсяги виробництва туристичного продукту [10]. Проте, на нашу думку, для подальшого стійкого зростання галузі туризму в країні відповідно до нинішніх трендів росту світової туристичної галузі і реалізації вищезгаданих стратегічних прогнозів розвитку індустрії туризму держава та органи місцевої влади мають більш повно використовувати механізми активізації просування України на міжнародному ринку, двостороннього співробітництва, візової лібералізації, збільшення пропозиції прямого та бюджетного авіасполучення, а також засоби інвестиційної політики і механізми її реалізації для залучення капіталу у створення нових і інноваційного оновлення діючих об'єктів індустрії туризму.

Органи державної влади вживають певних заходів для підвищення авторитету України на міжнародній арені, формування позитивного іміджу України та просування національного туристичного продукту на внутрішньому та зовнішніх ринках. Так, у 2018 р. за активної участі Департаменту туризму та курортів Міністерства економічного розвитку і торгівлі України були презентовані туристичні можливості країни на виставкових заходах у сфері туризму, зокрема Східній Середземноморській міжнародній виставці туризму та подорожей «EMITT 2018» (Туреччина); Міжнародній

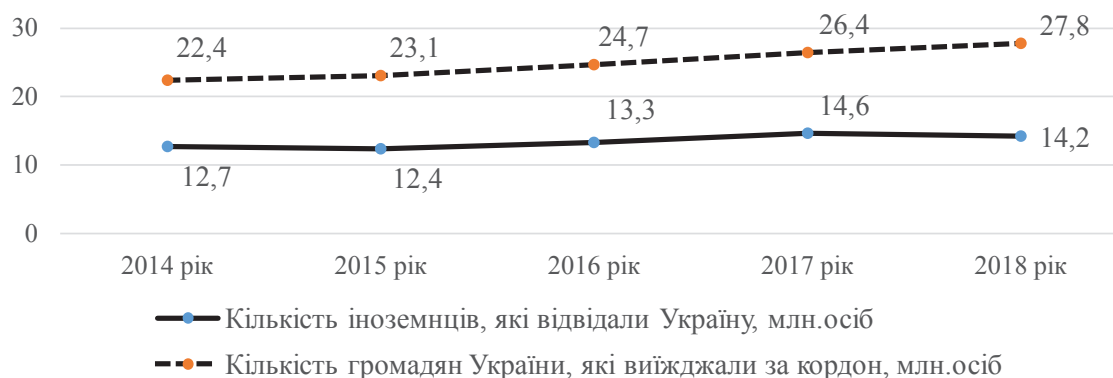


Рис. 1. В'їзд іноземців в Україну та виїзд українців за кордон

Джерело: побудовано автором за [8]

ТОП-20 країн, громадяни яких найчастіше відвідують Україну, тис осіб

Країна	2015	2016	2017	2018	Приріст 2018/2017, %
Молдова	4739,6	4474,2	4 548,2	4 436,7	-2,5
Білорусь	1898,5	1827,8	2 733,0	2 666,7	-2,4
Росія	1321,0	1542,6	1 521,0	1 539,2	1,2
Польща	1156,9	1195,1	1144,4	1 097,1	-4,1
Угорщина	1072,1	1271,2	1059,8	915,8	-13,6
Румунія	765,0	775,8	792,9	740,5	-6,6
Ізраїль	149,6	217,2	261,1	317,8	21,7
Словаччина	413,2	410,7	366,3	366,3	-14,3
Туреччина	142,9	206,7	275,5	279,2	1,3
Німеччина	155,8	171,5	210,1	237,9	13,3
США	108,5	138,2	154,1	184,3	19,7
Великобританія	54,8	70,4	78,8	116,0	47,3
Італія	63,3	77,8	84,6	97,6	15,4
Азербайджан	75,8	105,9	96,1	93,8	-2,3
Литва	35,3	52,3	75,6	93,3	23,4
Чехія	39,5	49,1	67,7	78,6	16,0
Франція	46,0	54,3	61,2	66,8	9,2
Болгарія	35,6	42,2	47,0	50,7	7,9
Грузія	37,8	48,4	49,3	47,6	-3,3
Казахстан	27,6	37,6	41,5	46,9	13,3
Всього	12886,2	13605,9	14421,2	14 206,7	-1,5

Джерело: розроблено автором за [8]

туристичній виставці ITB BERLIN2018 (Німеччина); Всесвітній туристичній виставці WTM 2018 (Великобританія); Міжнародній туристичній виставці International Travel TT Warsaw (Польща); Міжнародній виставці ділового та корпоративного туризму IBTM 2018 (Іспанія). Інноваційним компонентом маркетингової діяльності у сфері туризму для України стало розроблення логотипу країни та окремих міст.

Але цього вкрай недостатньо: у світовому інформаційному просторі не вистачає актуальної й змістовної інформації про туристичні можливості та потенціал регіонів України. Обмежені обсяги фінансування розвитку туристичної галузі, її промоційної та маркетингової підтримки, реалізації програмних та стратегічних документів у сфері туризму призводять до невиконання більшості цілей і завдань державної політики регулювання розвитку туристичної галузі держави, зменшення обсягів туристичних потоків та надходжень до державного та місцевих бюджетів.

Досвід багатьох європейських країн, які отримують значні доходи від міжнародного туризму [11], свідчить про доцільність створення туристичних представництв за кордоном, що пропагують національні туристичні продукти. Низкою законодавчих актів та програм і стратегій розвитку туризму в Україні було передбачено створення національних туристичних представництв за кордоном, проте регулярні реорганізації в системі управління туристичною галуззю, відсутність фінансування за статтею створення туристичних представ-

ництв та й загалом щорічне зменшення бюджетного фінансування на розвиток туризму перешкодили відкриттю таких представництв навіть у країнах, які є найбільшими генераторами в'їзного туризму в Україну.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. В Україні залишається низка проблем, які унеможливають реалізацію туристичного потенціалу регіонів країни повною мірою. Найбільш гострою проблемою сучасного етапу є втрата третини національного туристично-рекреаційного потенціалу в Криму та Донецькій області, які були регіонами-лідерами за величиною території, кількістю місць розміщення та прийому внутрішніх і частково іноземних туристів. Окрім того, внаслідок складної військово-політичної ситуації з 2014 р. різко скоротилася кількість іноземних туристів. Системними проблемами регіонів та країни у цілому залишаються брак фінансування туристичної галузі, недостатність кадрового, організаційно-інституційного та неефективність інформаційно-маркетингового забезпечення. Основними труднощами ефективного використання туристичного потенціалу регіонів є диспропорції розвитку інфраструктури міст, аеропортів, туристичної інфраструктури, брак інвестування, слабкий туристичний брендінг туристичних територій та міст, України у цілому.

Вирішення окреслених проблем потребує реалізації низки інструментів державної політики в частині інформаційно-маркетингової промоції, організаційно-інституційного та фінансово-економічного забезпечення.

Список використаних джерел:

1. Enhancing economic growth in emerging markets through tourism // International Finance Corporation. URL: http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/industry_ext_content/ifc_external_corporate_site/trp/tourism/trp_priorities_tourism (дата звернення: 28.05.2019).
2. Офіційний сайт ЮНВТО. URL: <http://www2.unwto.org/> (дата звернення: 28.05.2019).
3. Международный туризм: состояние и перспективы развития. MILANA'S. URL: <https://milanas.info/2010/04/04> (дата звернення: 28.05.2019).

4. Мировой туризм-2016: влияние террора и экономических проблем. *Travel Russian News MILANA'S*. URL: <http://www.trn-news.ru/analytics/41792> (дата звернення: 28.05.2019).
5. Туризм будущего: куда и как нас отправят через 12 лет. *РИА «Новости»*. URL: <http://www.trn-news.ru/analytics/41792> (дата звернення: 28.05.2019).
6. UNWTO Tourism Highlights. *World Tourism Organization*. 2016. URL: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145> (дата звернення: 28.05.2019).
7. Прогнозы развития мирового туризма. *Вокруг Света*. URL: <http://vokrug-sveta.com.ua/kifyakproгноzy-razvitiya-mirovogo-turizma.html> (дата звернення: 28.05.2019).
8. Туристичні потоки. *Державна служба статистики України*. URL: <http://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 28.05.2019).
9. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://www.me.gov.ua> (дата звернення: 28.05.2019).
10. Парфіненко А.Ю. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2015. Вип. 126. Ч. 1. С. 12-23.
11. Колесник О.О. Основні тренди світового туристичного ринку. *Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції : у 2 т., м. Запоріжжя, 30-31 березня 2017 р. Запоріжжя : Просвіта, 2017. Т. 1. С. 376-379.